



“中老年妈妈们的详细化妆教程来了,做到这几个步骤自然又年轻!”“中老年人该选择怎样的妆容?化妆师为老年夫妇打造专属妆造!”……打开短视频平台,美妆博主为60岁妈妈化妆、化妆师为老年粉丝定制精美妆容、中老年妆教视频播放量都不低,只见化妆刷扫过,视频中的妈妈们眼角的细纹减淡了,气色也红润了,仿佛一下子年轻了10岁。随着社会发展,越来越多的老年人开始尝试接触新事物,银发群体也愈发注重对美的追求。

“妆”点夕阳红 妈妈们也想美美地老

60后“新老人”爱美意识觉醒 注重个人护理青睐“悦己消费”

爱美意识觉醒 妈妈们想美美地变老

“粉底液、粉底霜、口红、唇釉、眉笔、眉粉、眼线液笔、眼线胶笔……品类真的太多了,真不知道该怎么选。”今年65岁的刘桂美指着细数女儿给她“科普”的美妆品类,繁多的种类令她眼花缭乱,相似的名称和不同的功能,让她直呼头晕。

“这么多化妆品,我真是分不清有啥区别,最麻烦的是还得专门卸妆,听我闺女说,还有什么卸妆膏、卸妆棉、卸妆油啥的。”刘桂美的烦恼并非个例,种类繁多的化妆品让许多年轻人都分辨不清,更别说老年人了。

“年轻人是未来的主力消费人群”“渠道要做好年轻化”“要抓住95后00后的兴趣点”。从线上到线下,商家的经营策略似乎主要集中在抓住年轻人,做年轻人的生意。庞大的年轻群体、多元化的消费需求,年轻市场的潜力正在被重视,但相比年轻人,中老年人可供选择的产品却寥寥无几,就目前中老年市场而言,无论是入场品牌规模、科技水平,还是宣传等诸多方面,都是较为落后的,只有在妇女节、母亲节等节点上,各类品牌才会重点推介中老年护肤产品,但针对性也并不是很强。

“找来找去,也没能找到适合自己的化妆品,很多产品还是关注小姑娘的肌肤问题,并不适合我的肤质。”刘桂美日常喜欢在社区和老姐妹们跳跳舞、唱唱歌,平时有文艺表演,也爱拍拍照,就想打扮打扮,改善下气色,上镜也好看。过去,银发群体往往被认为对外表注重少、追求节俭、注重性价比,并非化妆品行业值得挖掘的主流消费群体,如今,随着生活水平提高和文化水平的提升,老年人们的消费需求也越来越不容小觑了。

需求升级 老年人青睐化妆课

“中老年人衰老带来的生理机能下滑是全方位的,视力、听力、骨骼、牙齿、各种慢性病……很多人都会下意识觉得,与这些看起来更加紧迫的问题相比,皮肤状态并不是最值得关注的问题,所以很多时候就会忽视老年人的需求。”职业化妆师殷倩平时经常为前来拍摄写真的老年人化妆,在她看来,作为“身体的第一道防线”,老年人的护肤需求不容忽视。

“我们要弄清老年人的皮肤特点,他们的皮肤松弛有皱纹,汗腺及皮脂腺萎缩,所以皮肤比较干燥、变硬变薄、防御功能下降。因此老年人可以选择适当的营养性化妆品,其中富含的成分能够改善皮肤循环,可延缓皮肤老化、保持肌肤活力。另外,老年人因皮肤干燥,还可以适当地选用含脂量偏高的护肤化妆品,以及含透明质酸或天然保湿因子丰富的其他护肤品。”殷倩告诉记者,如今老年人思想接受度越来越高,越来越多老人愿意来拍摄写真记录自己当下的幸福,美妆需求还是很大的。而老年人的妆造精髓则在于“少而精”。

“阿姨们化妆重点在于眉毛、底妆、唇妆,要‘对症下药’,不宜用力过猛,不然底妆太厚、妆效太浓,就适得其反了,干净透



资料图片

亮的底妆,精致自然的眉毛,滋润有光泽的嘴唇,稍作修饰就可以提升整个人的气质。”殷倩说。

不少老年大学、社区夜校也针对老年人开设化妆课,报名人数也不少。63岁的秦奶奶告诉记者,她最近特别喜欢刷美容类视频,像“全脸拉皮秒变30岁”“一招改善法令纹”之类话题的视频,以前她并不注意面部保养,但短视频平台帮她打开了“新世界”的大门,看那些老姐姐美美“捋饬”一下,整个人更精神、更有活力,才意识到自己也可以美美地老去,于是她报了化妆课,每天都跟着老师学习美妆技术。

悦己消费 从头到脚都要做好管理

“悦己”是消费者在消费过程中的普遍心理,“妈妈们”也不例外。50后、60后老人们追求美的意识正在不断觉醒,他们普遍认同良好的心情有助于保持身心健康,他们愿意提高生活质量,从而增强自信和幸福感,因此也更愿意在变美领域投入时间、精力与金钱。

在变美的道路上,除了美妆护肤,护发美发也是老年群体比较关心的形象管理问题。发色是银发群体追求外表年轻化的一个重要因素,由于面临白发不显气色的问题,在美发护发细分品类中,染发烫发成为首要品类,头发清洁类产品紧随其后。据调查数据,2023年5月—2024年4月,银发经济中美护发品类GMV达31.03亿元。

“从三十来岁我就开始长白头发了,那个时候还好,也就偶尔会冒出来几根白的,在黑发里也不太显眼。但是我今年64岁了,现在头发花白,白发里头掺杂黑发,怎么看颜色都很斑驳,灰扑扑的一点也不精神,而且特别干燥。”陈丽为此定期购买染发膏进行染发,不奢求能变得像年轻时一样,主要是想把白发遮一遮,她告诉记者,自己平均每两个月就重新染一下头发,市面上现在还有养发染发膏,不仅能够帮她化解头发斑驳的尴尬,还能在一定程度上起到养发生发的作用,眼瞅着头发从稀疏干枯变得柔顺茂密,虽然不比年轻时的自己,陈丽已经十分满足,每天都心情舒畅、打扮一新,下楼和老姐妹们出门美美地参加社区活动。

记者打开购物软件,只见各家店铺标注着“天然不刺激”的各类盖白染发膏销量居高不下,近年来,国货品牌针对中老年人的头皮及发质进行研究,不断推出更健康、更温和的染发产品,染发操作更便捷、更安全。除此之外,也有洗护品牌推出了专门针对白发干枯粗糙问题研发的洗发水和护发素,能够提亮和软化发丝,在不染发的前提下也能达到提高精气神的效果。

关注痛点 不仅为美 更为健康

“看来人上了年纪,就是会有所谓的‘老人味儿’。”不少网友在网上吐槽自家老人身上总有若有若无的味道,殊不知,这个问题需要重视,也是能够在一定程度上化解的。

相较于年轻人,老年朋友们更容易出现干燥、瘙痒、异味等皮肤护理痛点,受诸多常见慢性病的影响,中老年人皮肤抵抗力愈发下降,一定程度上会引发不同类别的皮肤疾病。比如,糖尿病患者由于胰岛素分泌不足,血糖代谢紊乱导致抵抗力下降,会出现皮肤瘙痒、皮肤溃烂、色素沉着等并发症。

失能、半失能和失智老年人同样也是各类皮肤病的高发患者,据国家卫生健康委老龄健康司的数据显示,这类人群数量已超4000万人。由于需长期卧床、各项日常生活基本依靠外界护理,以及本就受到器官老化、多种慢性病共存等影响,这类人群尾骶、肛周等部位长期潮湿,失禁相关性皮炎、皮肤撕裂伤等皮肤病较为常见。

“皮肤病是很多卧床或是行动不便的老人普遍面临的问题,由于身体机能下降、慢性病、代谢紊乱等多种因素共同作用,老人身上有味道不说,他自己也瘙痒难受。”从事老年助浴护理多年的护理员小李告诉记者,很多老人对皮肤病并没有概念,在他们的认知里,这不算病,日常洗护用品可能也就是一块干巴巴的香皂。

“我们团队上门就自己带洗护用品,都是公司给我们配备的专门的老年洗护产品,针对皮肤问题的清洁消毒洗液之类的,能够帮助老人进行皮肤的深度清洁。”如果清洁不彻底,有的失能老人的排泄物长期与皮肤接触,会造成严重的皮肤问题,甚至导致溃烂,所以小李和同事每次都会选用恰当的洗护用品帮助老人进行细致入微的清理。“洗护清洁不仅仅是为了体面,更是为了守护老人的健康。”小李说。

链接

选购产品 还需擦亮眼睛

市民张女士最近抱怨,58岁的母亲在直播间购买了不少奇怪的抗衰老产品,都是她没听说过的牌子。由于很多老年人接触网络并不多,并未形成对于皮肤护理的健康消费意识,对各类产品的鉴别能力相对不足,在线上选购产品时,很容易被平台直播间里主播带偏,三言两语被哄着下了单,结果买回来一看,连批号都没有。“虽然短视频平台十分便捷,但是卖‘三无’产品的太多了,希望平台能够好好整治一下,或者为老人提供维权渠道。”张女士说。

除此之外,很多老年产品采用明星代言营销策略,选择老年朋友们比较熟悉的老演员、老艺术家或是中老年网红作为代言人,吸引了不少老年消费者群体,但产品质量跟不上,再多的营销只是本末倒置,围绕老年人的需求进行针对性的产品研发,提供更加优质的产品才是重点。



扫码倾听本版 有声新闻



扫码加入 早报银龄俱乐部